

ANALISIS PASAR PARIWISATA DI KABUPATEN CIANJUR

ANALISIS PASAR PARIWISATA DI KABUPATEN CIANJUR

*Anti Riyanti¹. Lia Afriza²**(1) (2) Pariwisata, STIEPAR YAPARI,**anti.ryantik@gmail.com, lia.afrika@gmail.com***ABSTRAK**

Tujuan penelitian di Kabupaten Cianjur ini untuk mengidentifikasi; Destinasi favorit yang menjadi kunjungan wisatawan, Pola perjalanan yang digunakan, Kebutuhan wisatawan saat berkunjung dan berada di destinasi. Sehingga mengetahui kapasitas daya tarik objek wisata yang ada di Kabupaten Cianjur dalam memotivasi wisatawan untuk datang berkunjung dan menganalisis pasar pariwisata yang dapat dikembangkan di Kabupaten Cianjur. Metode yang digunakan analisis kualitatif karena datanya merupakan hasil dari analisis Pasar Pariwisata dengan menggunakan metode penelitian deskriptif yaitu menggabungkan pendekatan metodologis yang bersifat analisis kualitatif melalui pendekatan penawaran dan permintaan pariwisata Kabupaten Cianjur berkaitan dengan parameter penelitian. Parameter penelitian diantaranya termasuk wisatawan (sisi permintaan) dan potensi pariwisata Kabupaten Cianjur (sisi penawaran). Hasil menunjukkan berdasarkan analisis *supply-demand*, maka diperlukan upaya manajemen kawasan meliputi manajemen habitat, fasilitas wisata serta sosial budaya masyarakat. Fasilitas wisata yang belum tersedia perlu dirancang dan dibangun pada zona pemanfaatan, sedangkan fasilitas yang telah tersedia perlu mendapat perawatan rutin. Adapun upaya manajemen sosial budaya masyarakat yaitu mengadakan pelatihan keterampilan, mendorong pengembangan pariwisata serta pembentukan kelompok sadar wisata. Beberapa potensi pariwisata diantaranya destinasi pariwisata, daya tarik wisata pendukung, fasilitas wisata dan pelayanan transportasi harus dapat dikembangkan sehingga tidak hanya wisatawan lokal namun wisatawan internasional dapat menjadi target pemasaran di Kabupaten Cianjur ini. Pendekatan analisis penawaran dan permintaan untuk menggali pengembangan manajemen kawasan sebagai tujuan akhir yang ingin dicapai yaitu arahan untuk dapat bersaing dengan tempat wisata lain di luar Kabupaten Cianjur.

Kata Kunci: Analisis Pasar, Pariwisata, Wisatawan

Abstract

The research objective in Cianjur Regency is to identify; Favorite destinations that are visit by tourists, the travel patterns used, the needs of tourists while visiting and being at the destination. So as to know the capacity of the attraction of tourist objects in Cianjur Regency in motivating tourists to come to visit and analyze the tourism market that can be developed in Cianjur Regency. The method used is qualitative analysis because the data is the result of the analysis of the tourism market using descriptive research methods, namely combining a methodological approach that is qualitative analysis through the tourism supply and demand approach in Cianjur Regency related to the research parameters. Research parameters include tourists (demand side) and tourism potential in Cianjur Regency (supply side). The results show that based on supply-demand analysis, area management efforts are required including habitat management,

tourism facilities and community socio-culture. Tourist facilities that are not yet available need to be designed and built in the utilization zone, while existing facilities need regular maintenance. As for the socio-cultural management efforts of the community, namely providing skills training, encouraging tourism development and the formation of tourism awareness groups. Some of the tourism potentials including tourism destinations, supporting tourist attractions, tourist facilities and transportation services must be developed so that not only local tourists but international tourists can become marketing targets in Cianjur Regency. The supply and demand analysis approach is to explore the development of area management as the ultimate goal to be achieved, namely the direction to be able to compete with other tourist attractions outside of Cianjur Regency.

Keywords: *Market Analysis, Tourist, Tourism*

1. PENDAHULUAN

Wisata di Kabupaten Cianjur memiliki berbagai daya tarik yang unik, keindahan dan nilai keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Daya tarik tersebut harus dapat memberikan sarana prasarana yang nyaman pada pengunjung, meliputi kawasan wisatanya, jasa transportasi, atau jasa perjalanan. Wisatawan juga berhak memperoleh informasi yang akurat mengenai tempat wisata di Kabupaten Cianjur. Pemeliharaan, pengembangan dan pelestarian aset nasional yang menjadi daya tarik wisata dan aset potensial yang belum tergali merupakan tanggung jawab pemerintah daerah. Setiap wisatawan juga wajib menjaga dan melestarikan daya tarik yang dimiliki tempat wisata Kabupaten Cianjur serta membantu menciptakan suasana aman, tertib, bersih, berperilaku santun dan menjaga kelestarian lingkungan destinasi wisata.

Wilayah Kabupaten Cianjur mempunyai potensi yang dapat dikembangkan yaitu daerah potensi pertanian tanaman pangan, daerah perdagangan, hotel dan restoran karena Kabupaten ini memiliki banyak daya tarik wisata. Melalui analisis pasar pariwisata ini didesain untuk menginformasikan tentang daya tarik wisata berupa daya tarik wisata alam (pantai, gunung dan sungai), daya tarik wisata budaya, daya tarik wisata buatan/ binaan manusia (pertanian dan peternakan). Analisis pasar pariwisata mencakup pada pendekatan ekonomi dan psiko-sosial serta juga mencakup identifikasi atas faktor-faktor psikologis dan sosiologis yang menjadi tujuan dari suatu aktivitas perjalanan yang dilakukan oleh wisatawan dengan pemahaman; Mengapa orang bepergian dari satu tempat ke tempat lainnya, Sudahkah kegiatan wisata berkembang menjadi suatu kebutuhan manusia, Sudah siapkah suatu daerah menjadi tempat tujuan wisata.

Selanjutnya yang dimaksud dengan analisis pasar pariwisata ini adalah keseluruhan aspek baik dalam bidang ekonomi dan sosial budaya yang ada di Kabupaten Cianjur, sehingga menimbulkan motivasi bagi wisatawan domestik maupun mancanegara untuk datang berkunjung ke kota ini. Data yang diidentifikasi adalah:

1. Seberapa besar potensi pariwisata Kabupaten Cianjur?
2. Motivasi apa yang mendasari wisatawan berkunjung ke Kabupaten Cianjur?
3. Bagaimana kondisi pasar pariwisata Kabupaten Cianjur?

Pada saat ini Pemerintah Kabupaten Cianjur sedang membangun dengan konsep tujuh cluster, tujuannya untuk mendorong peningkatan destinasi wisata yang layak dan berstandarisasi. Dalam Peraturan Daerah Kabupaten Cianjur Nomor 01 Tahun 2017 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Kabupaten Cianjur dan Penyelenggaraan Kepariwisataan, “wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu

tertentu. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan Negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha. Dalam pariwisata ada beberapa jenis wisata yaitu:

1. Berdasarkan letak geografis
 - a. Pariwisata nasional atau *domestic tourism*.
 - b. *Regional-International Tourism*,
2. Menurut alasan/ tujuan pariwisata
 - a. *Business tourism*, jenis pariwisata dimana pengunjungnya datang untuk tujuan dinas, usaha dagang atau yang berhubungan dengan pekerjaan, *meeting, incentive, convention, exhibition* (MICE).
 - b. *Vacational tourism*, jenis pariwisata dimana orang yang melakukan perjalanan wisata karena sedang berlibur atau memanfaatkan waktu luang.
 - c. *Educational tourism*, jenis pariwisata dimana pengunjung melakukan perjalanan untuk studi atau mempelajari sesuatu di bidang ilmu pengetahuan, meliputi *study tour* atau darmawisata.
3. Menurut objeknya
 - a. *Cultural tourism*
 - b. *Social tourism*, pariwisata sosial tidak menekankan pada usaha untuk mencari keuntungan, misalnya *study tour* dan *youth tourism*.
 - c. *Religion tourism*.
4. Menurut harga dan tingkat sosial
 - a. *Deluxe tourism*
 - b. *Middle class tourism*
 - c. *Social tourism*
5. Berdasarkan pengaruhnya terhadap neraca pembayaran
 - a. *In tourism* atau pariwisata aktif, kegiatan pariwisata yang ditandai dengan fenomena masuknya wisatawan asing ke suatu Negara tertentu. Disebut dengan pariwisata aktif karena masuknya wisatawan asing tersebut, berarti memasukkan devisa bagi Negara yang dikunjungi dan tentunya secara otomatis akan memperkuat posisi neraca pembayaran Negara yang dikunjungi wisatawan tersebut.
 - b. *Out-goung tourism* atau pariwisata pasif, kegiatan pariwisata yang ditandai dengan fenomena keluarnya warga Negara sendiri yang bepergian ke luar negeri sebagai wisatawan. Disebut pariwisata pasif karena dari segi pemasukan devisa bagi Negara. Kegiatan ini merugikan Negara asal wisatawan karena uang yang seharusnya dibelanjakan di dalam negeri dibawa ke luar negeri dan tidak ada ekonominya bagi Negara.” (Soekadijo, 2000)

Berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Cianjur Nomor 01 Tahun 2017 Hal. 49-53, “Setiap wisatawan berhak memperoleh; Informasi yang akurat mengenai daya tarik wisata, Pelayanan kepariwisataan sesuai dengan standar, Perlindungan hukum dan keamanan, Pelayanan dan kesehatan, Perlindungan hak pribadi, Perlindungan asuransi untuk kegiatan pariwisata yang beresiko tinggi.” Setiap wisatawan berkewajiban:

1. Menjaga dan menghormati norma agama, adat istiadat, budaya dan nilai-nilai yang hidup dalam masyarakat setempat.
2. Memelihara dan melestarikan lingkungan
3. Turut serta menjaga ketertiban dan keamanan lingkungan
4. Turut serta mencegah segala bentuk perbuatan yang melanggar kesusilaan dan kegiatan yang melanggar hukum.

Aspek produk wisata itu sendiri dapat digolongkan ke dalam empat kategori:

1. Sumber daya alam
2. Infrastruktur, yang terdiri dari sistem instalasi air bersih, sistem pembuangan air limbah, jalur gas, sistem listrik dan telekomunikasi, serta sistem *drainase*.
3. Transportasi
4. Sumber daya kebudayaan dan keramah-tamahan.

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Permintaan dan Penawaran Pasar Wisata

Pemasaran pada dasarnya bertujuan memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta keinginan wisatawan yang dituju atau wisatawan sasaran (target wisatawan). Pemasar atau pengelola pasar pariwisata harus memahami tentang apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan wisatawan baik berupa jasa, ide atau pengalaman yang mampu memuaskan keinginan dan kebutuhan wisatawan. Sehingga inti dari pemasaran pariwisata adalah upaya menginformasikan atau promosi suatu kawasan wisata dapat tercapai misalkan melalui media sosial sehingga menjadi laku dan didatangi oleh banyak wisatawan dari berbagai daerah atau mancanegara.

Pariwisata pada intinya merupakan penawaran dan permintaan dari komponen-komponen pariwisata, pendekatan *supply* digunakan untuk melihat potensi daya tarik wisata yang ada, sedangkan pendekatan *demand* untuk melihat permintaan dari pengunjung potensial Kabupaten Cianjur.

1. Permintaan Wisata

Dalam pariwisata dapat dilihat dengan semakin tinggi harga, maka semakin menurunnya jumlah wisatawan yang berkunjung. Mathieson & Wall (dalam Pitana dan Gayatri, 2005), "Permintaan wisata pada dasarnya merupakan orang-orang yang ingin melakukan perjalanan wisata. Permintaan wisata terdiri dari tiga jenis yaitu:

- a. Permintaan efektif atau permintaan aktual wisatawan yang sedang menikmati fasilitas pariwisata misalnya orang-orang yang sedang melakukan perjalanan.
- b. Permintaan tertahan (*suppressed demand*) merupakan seluruh atau sebagian masyarakat yang tidak melakukan perjalanan karena alasan tertentu.
- c. Tidak ada permintaan. Wisatawan yang termasuk kategori ini adalah yang tidak ada dan tidak mau mengadakan perjalanan (*no demand*) berdasarkan pemikiran tersebut."

2. Penawaran Wisata

Dalam pariwisata dapat dilihat dengan contoh perbandingan kualitas sarana prasarana dan jumlah wisatawan. Semakin tinggi kualitas sarana yang ditawarkan, maka semakin banyak jumlah wisatawan yang datang. Sehingga jika dilihat ciri khas utama; merupakan penawaran jasa-jasa yang tidak mungkin disimpan dan harus dimanfaatkan, penawaran sifatnya kaku (*rigid*) hanya untuk keperluan wisata.

Kotler (2001:69) menyatakan "Konsep diversifikasi produk merupakan salah satu cara untuk meningkatkan bisnis dengan jalan mengidentifikasi peluang yang ada untuk menambah bisnis menarik yang tidak berkaitan dengan bisnis saat ini." Sedangkan menurut Tjiptono (2001:132) mengemukakan definisi dari diversifikasi produk yaitu "Upaya mencari dan mengembangkan produk yang baru, dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas dan fleksibilitas."

Menurut Mathieson & Wall (dalam Pitana dan Gayatri, 2005:72), "proses pengambilan keputusan seorang wisatawan melalui fase yang sangat penting, yaitu:

- a. Kebutuhan atau keinginan untuk melakukan perjalanan
- b. Pencarian dan penilaian informasi.
- c. Keputusan melakukan kunjungan wisata.
- d. Persiapan perjalanan dan pengalaman wisata.
- e. Evaluasi kepuasan kunjungan wisata."

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan berkunjung, menurut Pitana dan Gayatri (2005:73) antara lain sebagai berikut:

a. Karakteristik wisatawan, baik karakteristik sosial, ekonomi (umur, pendidikan, pendapatan, dan pengalaman sebelumnya), maupun karakteristik perilaku (seperti motivasi, sikap, dan nilai yang dianut).

b. Keunggulan daerah tujuan wisata, yang meliputi jenis dan sifat atraksi yang ditawarkan, kualitas layanan, lingkungan fisik dan sosial, situasi politik, aksesibilitas, dan perilaku masyarakat lokal terhadap wisatawan. Yang juga sangat penting sebagai salah satu atribut daerah tujuan wisata adalah citra (*image*) yang dimiliki.

2.2. Komponen Pendukung

1. Atraksi wisata
2. Sarana wisata
3. Aksesibilitas
4. Informasi Wisata
5. Sumber Daya Alam

3. Metodologi

Dalam Analisis Pasar Pariwisata ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan menggabungkan pendekatan metodologis yang bersifat analisis kualitatif melalui pendekatan penawaran dan permintaan pariwisata Kabupaten Cianjur berkaitan dengan parameter penelitian. Parameter penelitian diantaranya termasuk wisatawan (sisi permintaan) dan potensi pariwisata Kabupaten Cianjur (sisi penawaran). Adapun dalam tabel dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 1. Parameter Penelitian

No	Parameter	Pendekatan
1.	Permintaan Pariwisata (Wisatawan)	1. Karakteristik 2. Informasi, Motif dan Maksud Kunjungan Wisatawan 3. Tingkat Ketertarikan dan Kepuasan 4. Lama Tinggal, Akomodasi dan Pengeluaran 5. Destinasi Wisata dan Saran Wisatawan
2.	Penawaran Pariwisata (Potensi)	1. Destinasi Wisata 2. Daya Tarik Wisata Pendukung 3. Fasilitas Pariwisata 4. Transportasi
3.	Pemerintah Daerah	1. Kebijakan dan Peraturan Pariwisata 2. Perencanaan dan Upaya Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Pariwisata

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2019

Adapun kerangka konseptual dalam penelitian ini adalah:



Gambar 1. Pasar Pariwisata Kabupaten Cianjur

4. PEMBAHASAN

4.1. Potensi Pariwisata Kabupaten Cianjur

Analisis aspek-aspek yang menimbulkan daya tarik bagi wisatawan untuk mengunjungi daerah tujuan wisata di Kabupaten Cianjur. Untuk menentukan daerah tujuan wisata Kabupaten Cianjur yang akan dijadikan lokus dari penelitian pasar melalui penyebaran 100 kuesioner pada wisatawan, menunjukkan bahwa wisatawan datang ke Kabupaten Cianjur, tujuan wisatanya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Tujuan Wisatawan Berkunjung

No	Daerah tujuan wisata	Jumlah
1	Taman Bunga Nusantara	24%
2	Gunung Padang	15%
3	Istana Cipanas	14%
4	Kebun Raya Cibodas	12%
5	Waduk Jangari	9%
6	Curug Citampur	8%
7	Kampung Budaya Padi Pandan Wangi	6%
8	Pokland	5%
9	Cikundul	4%
10	Jayanti	3%

Profil Wisatawan

Motivasi yang mendasari wisatawan berkunjung ke Kabupaten Cianjur, dengan menganalisis penawaran pariwisata Kabupaten Cianjur, meliputi daya tarik wisata dan atraksi di Kabupaten Cianjur. Sebelumnya harus memahami karakteristik wisatawan berdasarkan jenis kelamin, status pernikahan, klasifikasi umur, tempat asal, pendidikan, pendapatan/ bulan, pekerjaan. Karakteristik Responden Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Cianjur. Daerah wisata yang menjadi sampel adalah Taman Bunga Nusantara, Curug Citampur, Kebun Raya Cibodas, Istana Cipanas, Gunung Padang, Waduk Jangari, Pandan Wangi, Pokland, Cikundul dan Jayanti. Responden penelitian terdiri dari Pemerintahan Kabupaten Cianjur, Pelaku Usaha, dan Wisatawan. Untuk responden dari Pemerintah Aparat desa, Kelompok pelaku usaha yang menjadi responden dalam penelitian ini sebanyak 20 orang terdiri dari usia 21-30 tahun, yaitu sebanyak 45% yang mendominasi responden. Yang berusia 31-40 tahun sebanyak 35%, berusia 41 – 50 tahun sebanyak 15%, dan yang usia >50 tahun sebanyak 5%.

Prinsip terjadinya perjalanan wisata ditandai oleh adanya unsur penarik dan pendorong berkaitan dengan tujuan orang berwisata. Keadaan yang menjadi daya tarik adalah keunikan budaya, bentang alam dengan aneka flora dan faunanya, akomodasi yang nyaman, atraksi menarik, makanan khas lokal, cinderamata, harga yang murah, dan keamanan. Pengembangan tempat wisata pada suatu wilayah harus dilandaskan pada dua komponen yaitu penawaran (*supply*) dan permintaan (*demand*). Komponen tersebut akan mempengaruhi wisatawan untuk lebih mempertimbangkan tujuan wisatanya.

Kondisi Pasar Pariwisata Kabupaten Cianjur

Menganalisis kesesuaian permintaan dan penawaran Kabupaten Cianjur, melalui:

1. Analisis pasar wisata Kabupaten Cianjur
 - a. Datang bersama keluarga 30%, teman 20%, wisata 15%, lain-lain 35%
 - b. Alasan kunjungan; berwisata 50%, lain-lain 50%
 - c. Akomodasi; Hotel /villa 56%, lain-lain 44%
 - d. Menginap 40%, tidak menginap 60%
 - e. Sumber informasi; internet atau media sosial 45%, lain-lain 55%
 - f. Kunjungan; pertama kali 45%, lain-lain 55%
 - g. Kegiatan wisata: jalan-jalan 30%, melihat pemandangan 20%, fotografi 35%, lain-lain 15%
 - h. Pengalaman wisata; cukup puas 52%, lain-lain 48%

Faktor-faktor yang mempengaruhi untuk wisatawan berkunjung adalah sebagai berikut;

1. Atraksi Wisata elemen yang dipertanyakan dalam *questioner*; Apakah daya tarik yang dapat dilihat sangat menarik, Apakah ada yang dapat dilakukan saat mengunjungi daya tarik, Apakah ada yang dapat dibawa (cinderamata) ketika mengunjungi ke daya tarik
2. Sarana Wisata, Ketersediaan sarana prasarana di kawasan wisata yang diperoleh dari pendapat wisatawan berkunjung, yaitu pada tabel berikut ini:

Tabel 3. Fasilitas/Sarana dan Prasarana Wisata Kabupaten Cianjur

No.	Sarana / Prasarana	Penilaian				
		STB	TB	KB	B	SB
1.	Penginapan/Hotel				√	
2.	Transportasi Lokal			√		
3.	Tempat Makan/Restoran				√	
4.	Posisi jalan di sekitar tempat wisata				√	
5.	Toko cinderamata				√	
6.	Persediaan tempat sampah			√		
7.	Fasilitas umum			√		
8.	Toilet umum/Air bersih			√		
9.	Bank/ATM				√	
10.	Tempat ibadah			√		
11.	Jaringan Internet (Telekomunikasi)			√		
12.	Apotik			√		
13.	Rumah sakit/Puskesmas				√	
14.	Taman bermain				√	
15.	Persediaan tempat parkir			√		

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2019

Keterangan :

STB (Sangat Tidak Baik); TB (Tidak Baik); KB (Kurang Baik); B (Baik) dan SB (Sangat Baik)

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa kategori fasilitas yang mendapatkan nilai rata-rata Baik adalah hotel, penginapan, restoran/ rumah makan, posisi jalan di sekitar tempat wisata, toko cinderamata, bank/ATM, puskesmas dan taman bermain, karena hampir sebagian besar tempat wisata yang diminati berada di Kota Cianjur dan Cipanas yang akses jalannya sudah baik dan banyak menyediakan fasilitas. Fasilitas yang mendapatkan penilaian kurang baik adalah toilet, karena masih kurang memadai dari sisi kebersihan juga tentang fasilitas parkir kurang mendapatkan perhatian dari pengelola daya tarik atau kapasitasnya kurang memadai. Secara umum rata-rata pendapat wisatawan terhadap belanja wisata di Kabupaten Cianjur, berdasarkan fasilitas yang tersedia di tempat wisata, yaitu:

Tabel 4. Belanja Pariwisata

No.	Jenis Belanja Pariwisata	Penilaian				
		STM	TM	CM	M	SM
1.	Biaya Transportasi ke lokasi			√		
2.	Penginapan (Hotel)		√			
3.	Harga makanan dan minuman		√			
4.	Retribusi			√		
5.	Sewa tempat wisata		√			
6.	Penggunaan fasilitas umum (toilet,dll)			√		
7.	Parkir			√		
8.	Sewa alat permainan			√		
9.	Harga cinderamata		√			

Keterangan :

STM (Sangat Tidak Murah); TM (Tidak Murah); CM (Cukup Murah); M (Murah) dan SM (Sangat Murah)

Menurut pendapat wisatawan bahwa fasilitas wisata yang tersedia tidak murah, walaupun konsumennya lebih banyak dari Jakarta, untuk tingkat makanan di Cipanas dengan penyajian dan jenis makanan yang disajikan cukup mahal karena wisatawan membandingkan harga makanan di Jakarta dengan kualitas yang berbeda. Begitu juga dengan cenderamata karena dijual dengan menetapkan tarif yang mahal seperti di Jakarta sementara pengunjung tidak semuanya orang Jakarta. Harga buah-buahan dan sayuran berbeda jauh dengan yang ada di pasar.

1. Informasi dan Promosi

Wisatawan mendapatkan informasi tentang destinasi di Kabupaten Cianjur dari media cetak dan elektronik, internet, melalui keluarga atau teman, melalui perusahaan pariwisata.

2. Analisis Permintaan**a. Motif dan Maksud Kunjungan**

Pertama, Wisatawan memutuskan berkunjung dengan dorongan/ motif dari diri sendiri, keluarga, teman dan pengaruh dorongan perusahaan biro perjalanan.

Kedua, Wisatawan mengunjungi Kabupaten Cianjur memiliki maksud untuk bekerja, *leisure* dan rekreasi, bermaksud mengunjungi keluarga, atau karena pendidikan dan penelitian.

b. Tingkat Ketertarikan, Minat, dan Kepuasan

Pertama, Tingkat ketertarikan terhadap destinasi dan daya tarik serta pengalaman

Kedua, Minatnya terhadap kondisi alam, kondisi sosial dan budaya

Ketiga, Kepuasan terhadap pengalaman perjalanannya.

Keempat, Lama tinggal, akomodasi dan pengeluaran wisatawan

3. Analisis Penawaran Wisata**a. Destinasi Pariwisata**

Daya tarik pariwisata atau potensi kepariwisataan yang dimiliki Kabupaten Cianjur pada umumnya berupa; sumber daya alam dan budaya serta sumber daya manusia sebagai pelaku pariwisata. Daya tarik wisata merupakan sesuatu yang menjadi faktor menyebabkan wisatawan datang mengunjungi suatu tempat, selain tambahan dukungan fasilitas, transportasi dan pelayanan pariwisata lain yang berada di Kabupaten Cianjur. Beberapa destinasi yang paling populer menjadi daya tarik wisatawan (*Icon*) yaitu Kebun Raya Cibodas, Gunung Padang, Istana Cipanas, dan Taman Bunga Nusantara.

b. Daya Tarik Pariwisata Pendukung

Selain memiliki beberapa destinasi pariwisata, Kabupaten Cianjur memiliki daya tarik pendukung yaitu Waduk Jangari, Curug Citampur, Kampung Budaya Padi Pandan Wangi, Waduk Saguling, Cikundul, Jayanti dan Pokland.

c. Fasilitas Pariwisata

Fasilitas yang paling memadai di Kabupaten Cianjur terpusat di Kota Cianjur, Cimacan dan kawasan Ciloto yang berbatasan dengan Kabupaten Bogor, sementara di daerah lain masih minim akomodasi. Oleh karena itu diperlukan pemikiran dalam perencanaan akomodasi untuk daerah lainnya, dengan meningkatkan keterlibatan masyarakat yaitu dengan memberdayakannya, sehingga tidak perlu memicu investor dalam skala besar, sebagai contoh mengembangkan desa wisata dengan *homestay* sehingga keasrian desa tetap terpelihara dan pelestarian lingkungan tercipta dengan baik.

d. Transportasi

Sarana jalan merupakan unsur yang cukup penting dalam menunjang kemajuan pembangunan suatu daerah, disamping dapat memperlancar arus kegiatan ekonomi dan dapat pula mempermudah mobilitas penduduk antar daerah serta pariwisata.

4. Analisis Penawaran

Menurut pola proses dan tipe pengelolaan destinasi di Kabupaten Cianjur sendiri, terbagi dalam dua bentuk yaitu:

a. Tipe terstruktur (*enclave*)

Tipe terstruktur ditandai dengan karakter-karakter sebagai berikut; *Pertama*, lahan terbatas yang dilengkapi dengan infrastruktur yang spesifik untuk kawasan tersebut. Tipe ini mempunyai kelebihan dalam citra yang ditumbuhkannya sehingga mampu menembus pasar internasional. *Kedua*, lokasi pada umumnya terpisah dari masyarakat atau penduduk lokal, sehingga dampak negatif yang ditimbulkan diharapkan terkontrol.

b. Tipe terbuka

Tipe yang sebaliknya dari tipe terstruktur

Diversifikasi produk adalah sebuah strategi untuk meningkatkan bisnis yang upayanya dengan memanfaatkan semua peluang yang ada menjadi sebuah produk baru walaupun produk tersebut tidak berkaitan satu sama lain. Analisis penawaran berdasarkan harapan dari wisatawan dan kenyataan yang dihadapi wisatawan, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Urgensi dan Kenyataan Tempat Wisata

No.	Pernyataan	Harapan/ Urgensi					Kinerja/ Kenyataan				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
a. Kunjungan / SDA											
1.	Kunjungan wisata menarik untuk dikunjungi			√					√		
2.	Posisi Sumber Daya Alam (SDA) yang unik dan indah				√					√	
3.	Kesadaran Masyarakat dalam melestarikan lingkungan				√				√		
4.	Kelestarian flora dan fauna yang ada di masyarakat terjaga baik				√				√		
b. Aksesibilitas											
1.	Posisi infrastruktur sudah dapat dilalui dengan mudah				√				√		
2.	Transportasi sudah memudahkan wisatawan dalam menuju daerah wisata				√				√		
3.	Persediaan transportasi umum sudah memadai				√				√		
4.	Informasi lokasi wisata mudah diperoleh				√				√		
c. Fasilitas dan Sarana Wisata											
1.	Fasilitas restoran dan rumah akan sudah tersedia				√				√		
2.	Hotel atau penginapan sudah memadai				√				√		
3.	Tempat ibadah sudah cukup ketersediannya				√				√		
4.	Ketersediaan air bersih/toilet umum sudah memadai				√				√		
5.	Keamanan dan kenyamanan				√					√	
6.	Posisi tempat wisata telah tertata dengan baik				√				√		
7.	Kebersihan fasilitas publik (toilet) sudah baik				√				√		
8.	Ketersediaan tempat sampah yang baik				√				√		
d. Atraksi Wisata											
1.	Tempat wisata dikelola dengan baik				√				√		
2.	Atraksi wisata sudah cukup disediakan				√				√		
3.	Keunikan dan ciri khas daerah wisata				√					√	
4.	Kegiatan wisata sudah cukup bervariasi				√					√	
5.	Permainan wisata tidak membosankan				√				√		
e. Harga Wisata											
1.	Harga kegiatan wisata (permainan) sudah sesuai harapan				√				√		
2.	Pungutan retribusi ke tempat wisata		√						√		
3.	Harga tempat penginapan sesuai harapan			√					√		
4.	Harga makanan/minuman sesuai dengan harapan			√					√		
5.	Harga wisata tidak sama antar penyedia layanan wisata yang sama		√					√			

6.	Harga cinderamata telah sesuai dengan harapan			√				√	
7.	Tarif kendaraan telah sesuai dengan harapan			√			√		

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2019

Harapan wisatawan terhadap daya tarik wisata pada umumnya memberikan penilaian baik tetapi pada kenyataan bahwa ada beberapa wisatawan memberikan penilaian lebih baik dari harapannya, seperti Taman Bunga Nusantara ternyata memberikan kenyataan yang lebih tinggi dari harapannya, penataan taman yang indah, jenis bunga yang bervariasi dan jenis atraksi yang dapat memuaskan wisatawan. Untuk infrastruktur harapan wisatawan menyatakan baik tapi pada kenyataannya persepsi wisatawan tidak tepat. Ada beberapa kategori infrastruktur yang tidak sesuai dengan persepsinya. Seperti informasi lokasi wisata belum memberikan penilaian yang baik, tidak adanya atau kurang informasi petunjuk arah dimana letak dan ke arah mana tempat wisata yang ingin dituju. Tidak adanya informasi peta wisata pada pintu masuk Kota Cianjur baik dari arah Puncak, Bandung atau Sukabumi. Fasilitas dan sarana wisata pada umumnya harapan tinggi terhadap fasilitas tapi pada kenyataannya adalah cukup baik, tapi keamanan dan kenyamanan yang masih sesuai dengan harapannya.

Tanggapan mengenai atraksi wisata sedikit berbeda dari harapannya terutama pada aspek pengelolaan dan permainannya yang karena kurang bervariasi, wisatawan berulang kali melakukan kunjungan disajikan dengan atraksi yang sama. Hal ini terjadi karena pengelola cenderung kurang memiliki kemampuan untuk melakukan diversifikasi produknya atau investasi yang disediakan sangat terbatas. Pada harga masih ada beberapa pungutan yang kurang jelas seperti melalui jalan menuju Gunung Padang terutama ketika ada perbaikan, sering masyarakat setempat memungut sumbangan kepada pengendara yang lewat. Padahal jalan merupakan fasilitas yang harus diadakan oleh pemerintah untuk membuka akses ke daerah tujuan wisata. Juga mengenai pungutan parkir kendaraan wisata berbeda, untuk setiap daerah tujuan wisata.

4.2. Menganalisis elemen pariwisata dan pembangunan Kabupaten Cianjur

Tipologi wisatawan perlu diketahui untuk tujuan perencanaan termasuk dalam pengembangan kepariwisataan, tipologi yang lebih sesuai adalah berdasarkan atas kebutuhan riil wisatawan sehingga pengelola dalam melakukan pengembangan objek wisata sesuai dengan segmentasi wisatawan. Perencanaan pengembangan suatu kawasan wisata memerlukan tahapan pelaksanaan seperti penelitian pemasaran, analisis situasi, target pemasaran, promosi pariwisata, pemberdayaan masyarakat dan swasta dalam promosi dan marketing.

4.3. Menganalisis usulan pengembangan pariwisata

Analisa pengembangan pariwisata berdasarkan motivasi wisatawan dan pandangan travel biro. Adapun saran dari wisatawan adalah mengenai destinasi pariwisata:

1. Perbaikan fasilitas publik dan lingkungan. Hal penting lainnya adalah perbaikan fasilitas pariwisata, sistem transportasi.
2. Wisatawan kebanyakan mengunjungi destinasi pariwisata yang memiliki akses relatif mudah. Sama halnya dengan tipe akomodasi yang dipilih kecenderungannya berada di pusat Cianjur. Bahkan wisatawan lebih memilih langsung pulang ke tempat semula dikarenakan wisatawan yang berkunjung lebih banyak wisatawan yang bertempat tinggal di sekitar Kabupaten Cianjur seperti Jakarta, Bandung dan sebagainya.
3. Lingkungan yaitu kelestarian dan kebersihan lingkungan, area publik serta jalur wisata.
4. Atraksi, dalam sebuah kunjungan wisata, seorang calon wisatawan sebelumnya melakukan sebuah proses pertimbangan untuk sampai pada keputusan, menyangkut kapan akan melakukan kunjungan, berapa lama, kemana, dengan cara bagaimana, dan seterusnya. Keputusan berkunjung ini sangat penting artinya bagi pembangunan pariwisata, terkait dengan berbagai fakta yang mempengaruhi keputusan, dan faktor-faktor ini dapat dipengaruhi (diintervensi) dalam proses promosi (pemasaran wisata).
5. Harga Promosi, pemahaman terhadap proses pengambilan keputusan ini disamping penting sebagai dasar promosi, juga sangat penting di dalam perencanaan produk dan penentuan

segmentasi pasar atau target pemasaran. Hal ini semakin penting di dalam situasi kompetisi yang semakin ketat, terutama pada saat pasar mulai sangat tersegmentasi.

4.4. Analisis *supply* dan *demand*

Wisatawan dapat menikmati apa yang diinginkan menurut kepentingannya sesuai dengan kemampuan biaya perjalanan yang telah disiapkan dan mendapatkan kepuasan dengan pelayanan yang memadai. Pengelola juga perlu memperhatikan kepentingan pengunjung secara tepat dengan cara memadukan kepentingan perlindungan potensi penawaran (*supply*) dengan tetap memperhatikan aspek permintaan (*demand*). Analisis perencanaan manajemen ini dikenal sebagai analisis *supply* dan *demand*.

1. Kesesuaian antara *supply* dan *demand*

Empat dari lima atraksi alam yang tersedia cukup dibutuhkan oleh pengunjung potensial diantaranya hutan, rawa, pemandangan alam, satwa primata dan burung. Atraksi budaya yang tersedia dan dibutuhkan oleh pengunjung potensial yaitu aktivitas pertanian. Adapun kesesuaian *supply* dan *demand* untuk fasilitas yaitu adanya toilet, tempat sampah dan papan informasi. Aspek aksesibilitas yang telah sesuai diantaranya jalan utama, dan jalan setapak. Saat ini kawasan wisata di Kabupaten Cianjur belum memperhatikan aspek akomodasi dan amenitas untuk menjadi prioritas utama.

2. Ketidakesesuaian antara *supply* dan *demand*

Sisi penawaran (*supply*) yang belum sesuai atau belum tersedia yaitu kuliner khas, kesenian masyarakat, musholla, hotel, *homestay*, restoran, rambu jalan, pemandu wisata, booklet/poster, toko souvenir, klinik dan pusat anjungan tunai mandiri (ATM). Adapun ketidakesesuaian dari sisi permintaan dilihat dari kurang tertariknya pengunjung terhadap atraksi yang ada.

Berdasarkan hasil analisis *supply-demand*, maka diperlukan upaya manajemen kawasan meliputi manajemen habitat, fasilitas wisata serta sosial budaya masyarakat. Fasilitas wisata yang belum tersedia perlu dirancang dan dibangun pada zona pemanfaatan, sedangkan fasilitas yang telah tersedia perlu mendapat perawatan rutin. Adapun upaya manajemen sosial budaya masyarakat yaitu mengadakan pelatihan keterampilan, mendorong pengembangan pariwisata serta pembentukan kelompok sadar wisata.

4.5. Merumuskan usulan program dan kebijakan

Arah dan strategi pengembangan pariwisata dalam pembangunan Kabupaten Cianjur yang dilaksanakan oleh Pemerintah Daerah:

1. Kebijakan dan Peraturan Pariwisata

Perencanaan dan Pelaksanaan pembangunan pariwisata Pemerintah Daerah Kabupaten Cianjur melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata berpedoman pada Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan. Implementasi pelaksanaan pembangunan pariwisata daerah berdasarkan pada dokumen perencanaan pengembangan pariwisata daerah (Rippda) Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah, yang secara vertikal mengikuti kebijakan dan peraturan yang berlaku. Pada pelaksanaan pengembangan pembangunan pariwisata, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata berkoordinasi dan kerjasama dengan dinas terkait lingkup sektoral pembangunan. Selain itu pada pelaksanaan teknis pengembangan pembangunan pariwisata, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata berkoordinasi dan bekerjasama dengan seluruh *stakeholder* kepariwisataan untuk mewujudkan pembangunan pariwisata di wilayahnya.

2. Perencanaan Pariwisata

Pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan untuk rekreasi atau liburan, dan juga persiapan yang dilakukan dalam aktifitas ini. Wisatawan adalah seseorang yang melakukan perjalanan paling tidak sejauh 80 km (50 mil) dari rumahnya dengan tujuan rekreasi. Pariwisata dikenal juga dengan industri jasa yang menangani mulai dari transportasi, jasa pelayanan, tempat tinggal, makanan, minuman dan jasa yang berkaitan lainnya seperti bank, asuransi, keamanan dan lainnya. Pemerintah bergantung banyak dari industri pariwisata ini sebagai sumber pajak dan pendapatan dalam menjual jasa kepada wisatawan. Oleh karena itu pengembangan industri pariwisata ini adalah strategi yang dipakai oleh Pemerintah dalam

mempromosikan wilayah sebagai daerah wisata untuk meningkatkan perekonomian melalui penjualan barang dan jasa.

3. Upaya Pemerintah Daerah dalam Pembangunan Pariwisata

Dengan mengoptimalkan pemanfaatan potensi yang ada khususnya pariwisata, salah satu alternatif upaya optimalisasi pengembangan pariwisata daerah adalah melalui pengembangan destinasi pariwisata, yang membutuhkan koordinasi seluruh stakeholder kepariwisataan daerah Kabupaten Cianjur. Program sinergisitas antar lembaga dalam mengembangkan pariwisata di Kabupaten Cianjur diantaranya:

Tabel 6. Program Sinergisitas Dalam Pariwisata

No	Program	Uraian program	Dinas yang terlibat
1	Program- program konservasi cagar budaya	Penetapan kebijakan konservasi terhadap cagar budaya	<ul style="list-style-type: none"> • Sekretaris daerah kabupaten • BAPPEDA provinsi dan kabupaten
		Peningkatan upaya restorasi dalam perbaikan otoritas serta struktur situs sejarah serta benda cagar budaya yang mengalami kerusakan cacat	<ul style="list-style-type: none"> • BAPPEDA • Dinas tata ruang dan ciptakarya kabupaten • Dinas Pariwisata • Intitusi pendidikan kabupaten
		Peningkatan upaya preservasi dalam mempertahankan keaslian dan keberlanjutan situs sejarah serta benda cagar budaya yang otoritas serta strukturnya masih terjaga dengan baik	<ul style="list-style-type: none"> • BAPPEDA Provinsi • Dinas Tata ruang dan Cipta karya Kabupaten • Dinas pariwisata kabupaten • Institusi Pendidikan sejarah dan kebudayaan
		Penataan kawasan- kawasan cagar budaya	<ul style="list-style-type: none"> • BAPPEDA • Dinas Tata ruang dan Cipta Karya
2	Program–Program pengembangan aktivitas yang mengandung nilai edukatif dan rekreatif	Pengemasan Rangkaian aktivitas paket-paket wisata	<ul style="list-style-type: none"> • Dinas Pariwisata • ASITA • Institusi Pendidikan Kepariwisataan
		Pengadaan informasi dan <i>Guide</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Dinas Pariwisata • Asita • Dinas Komunikasi dan Informasi
3	Program pemanfaatan/ kawasan wisata	Penetapan kawasan , jenis dan kriteria pemanfaatan kawasan	<ul style="list-style-type: none"> • BAPPEDA • Dinas Tata Ruang dan Cipta Karya • Dinas Pariwisata • Institusi pendidikan kepariwisataan
		Pengembangan rencana tata ruang/ tapak kepariwisataan kawasan	<ul style="list-style-type: none"> • BAPPEDA • Dinas tata ruang dan cipta karya • Dinas pariwisata
		Melakukan hubungan kerja sama dengan pihak swasta dalam pengelolaan dan pemanfaatan kawasan	<ul style="list-style-type: none"> • Badan Penanaman Modal Daerah • Dinas Pariwisata
4	Program Pengelolaan Kawasan	Peningkatan investasi dalam pengembangan budaya lokal (Kerajinan tangan/ <i>handycraft</i> , <i>kesenian</i> , kuliner) yang dikelola oleh masyarakat	<ul style="list-style-type: none"> • Dinas Perdagangan/ perindustrian • Badan penanaman modal daerah • Dinas Pariwisata • Dinas Sosial • Dinas Pemberdayaan Desa
		Mengadakan pelatihan dan	<ul style="list-style-type: none"> • Dinas perdagangan/perindustrian

	penyuluhan bagi masyarakat lokal (pedagang, penyedia jasa wisata) mengenai pariwisata dan sikap wisatawan	<ul style="list-style-type: none"> • Dinas Pariwisata
	Penguatan Kelembagaan masyarakat dalam mendorong kapasitas dan peran masyarakat dalam pengembangan kepariwisataan	<ul style="list-style-type: none"> • Dinas perdagangan / perindustrian • Badan penanaman modal daerah • Dinas pariwisata • Dinas sosial
	Peningkatan kualitas jejaring media dalam mendukung upaya pemberdayaan masyarakat di bidang pariwisata	<ul style="list-style-type: none"> • Dinas Pariwisata • Badan penanaman modal daerah • Dinas pariwisata • Dinas informasi dan komunikasi
	Melibatkan masyarakat lokal dan pemilik bangunan dalam mengambil keputusan pemanfaatan dalam bidang kepariwisataan	<ul style="list-style-type: none"> • Dinas tata kota dan cipta karya • Dinas pariwisata • Kecamatan dan kelurahan
	Melaksanakan event kekhasan budaya lokal dan keagamaan secara berkala dan pelibatan masyarakat dalam event	<ul style="list-style-type: none"> • Dinas pariwisata • PHRI • ASITA

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2019

5. SIMPULAN

1. Pariwisata sebagai kegiatan suatu daerah dapat memberikan manfaat bagi masyarakat setempat. Kabupaten Cianjur merupakan daerah yang memiliki potensi pengembangan pariwisata berbasis agamis baik tingkat lokal, regional, nasional sampai internasional.
2. Beberapa potensi pariwisata diantaranya destinasi pariwisata, daya tarik wisata pendukung, fasilitas wisata dan pelayanan transportasi harus dapat dikembangkan sehingga tidak hanya meningkatkan motivasi wisatawan lokal namun wisatawan internasional dapat menjadi target pemasaran di Kabupaten Cianjur ini.
3. Pendekatan analisis penawaran dan permintaan untuk menggali pengembangan manajemen kawasan sebagai tujuan akhir yang ingin dicapai yaitu arahan untuk dapat bersaing dengan tempat wisata lain di luar Kabupaten Cianjur.

DAFTAR PUSTAKA

- Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran* Edisi Pertama. Andi Offset Yogyakarta.
- Kotler, Amstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Keduabelas, Jilid1. Jakarta: Erlangga.
2002. *Pengantar Pariwisata*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Peraturan Daerah Kabupaten Cianjur Nomor 01 Tahun 2017 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Cianjur dan Penyelenggaraan Kepariwisata
- Pitana, I. Gede dan Gayatri, Putu G. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi
- Soekadijo, R. G. 2000. *Anatomi Pariwisata*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Undang-Undang No. 10 Tahun 2009